

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, kemajuan ekonomi semakin meningkat terutama di bidang perbankan. Persaingan di bidang perbankan semakin ketat di Indonesia banyak bank yang melakukan promosi yang bertujuan untuk agar para nasabah bisa tertarik untuk menabung di bank tersebut. Sehingga menyebabkan bank melakukan inovasi baru untuk mempelajari dan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan nasabah. Setiap perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para nasabah.

Dalam usaha mendapatkan calon nasabah dan mempertahankan nasabah yang sudah ada, maka pada saat ini terjadi persaingan antara perusahaan lain. Salah satu strategi tujuan pemasaran untuk meningkatkan nasabah bank, baik secara kuantitas maupun kualitas. Untuk mencapai tujuan tersebut maka bank harus bisa memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan nasabah untuk menciptakan kepuasan nasabah. Selain itu bank juga harus selalu memberikan inovasi-inovasi baru untuk menciptakan produk yang memberikan keuntungan dan keamanan terhadap produknya dan dapat memberikan nilai lebih terhadap produk yang ditawarkan dibandingkan dengan produk pesaing.

Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan dalam bisnis perbankan adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan yang tinggi yang nampak dalam kinerja yang tinggi dalam performa dari pelayanan yang ada. Dalam memberikan pelayanan, setidaknya bank harus memberika kepuasan kepada nasabah (Kasmir, 2015).

Hasil pengukuran tingkat kepuasan nasabah dapat menunjukan karakteristik atau atribut apa dari produk/jasa yang membuat nasabah tidak puas. Tujuan dari pengukuran tingkat kepuasan nasabah adalah untuk dapat segera mengetahui faktor-faktor yang membuat para nasabah tidak puas untuk segera diperbaiki, sehingga nasabah tidak kecewa. Dalam memberikan pelayanan, setidaknya perusahaan harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan yang sering disebut *RATER* sehingga dapat menciptakan peserta/nasabah yang loyal, yaitu *reability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (komunikasi), dan *responsiveness* (cepat tanggap). (Tjiptono, 2016).

Nasabah yang loyal adalah alat promosi yang efektif. Dengan adanya nasabah yang loyal akan sangat membantu pihak bank, karena nasabah yang loyal, merupakan alat promosi dari mulut ke mulut yang efektif. Nasabah yang loyal akan membawa nasabah lainnya untuk menikmati pelayanan produk perusahaan. Semakin meningkat jumlah nasabah yang dilayani, semakin meningkat pula pendapatan dan laba perusahaan (Warta ,2016). Selain dipengaruhi oleh kualitas jasa atau pelayanan, kepuasan nasabah juga ditentukan oleh pengaruh kinerja individu karyawan. Penilaian kinerja karyawan juga tidak kalah pentingnya, penilaian kinerja karyawan adalah proses penilaian hasil kerja yang akan digunakan oleh pihak manajemen untuk memberikan informasi kepada para karyawan secara

individual, tentang mutu hasil pekerjaannya dipandang dari sudut kepentingan perusahaan. Penilaian yang dilakukan secara teratur bertujuan melindungi perusahaan dalam mencapai tujuannya. Penilaian kinerja karyawan yang dilakukan secara obyektif, tepat, dan didokumentasikan secara baik cenderung menurunkan potensi penyimpangan yang dilakukan karyawan, sehingga kinerjanya diharapkan harus bertambah baik sesuai dengan kinerja yang dibutuhkan perusahaan.

Peranan karyawan sangat penting untuk menunjang keberhasilan setiap perusahaan, terutama perusahaan yang bergerak di sektor jasa. Karena karyawan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi persepsi pembeli, karyawan merupakan bagian dari jasa itu sendiri. Sehingga bagi nasabah, karyawan berfungsi sebagai komunikator sekaligus wakil dari citra perusahaan. Kinerja karyawan ditunjukkan melalui kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah sehingga perusahaan dapat mengevaluasi kualitas layanan karyawan.

Kunci untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik adalah memenuhi atau melebihi ekspektasi kualitas pelayanan pelanggan sasaran. Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan dari ekspektasi dengan kinerja. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan dibawah harapan maka konsumen merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi maka konsumen akan merasa puas. Dan jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas.

Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan dalam bisnis perbankan adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan yang tinggi yang nampak dalam kinerja yang tinggi dalam performa dari pelayanan yang ada. Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen/nasabah, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah atau citra positif bagi perusahaan.

Kualitas pelayanan di PT BCA (Bank Central Asia) sampai saat ini tidak mengalami banyak masalah, hanya saja ada beberapa nasabah yang masih kurang puas terhadap pelayanan di PT BCA. Maka perlu dilakukan penyempurnaan bagi karyawan, karena kinerja karyawan di PT BCA sudah cukup maksimal, tetapi ada sebagian karyawan yang tidak ingin berubah menjadi lebih baik lagi sehingga kinerja menjadi kurang optimal. Untuk memperbaiki kinerja tersebut, bisa dilakukan dengan cara *coaching*, *conseling*, dan *desending* (hasil BSQ PT BCA, 2019).

Dari hasil pengamatan dan data BSQ yang dapat disimpulkan antara kualitas pelayanan dan kinerja karyawan di PT BCA Cabang Madiun adalah kepuasan yang diharapkan nasabah belum sepenuhnya tercapai karena faktor permasalahan atau hambatan yang timbul dari karyawan PT BCA Cabang Madiun.

PT BCA adalah Bank swasta terbesar di Indonesia, didirikan pada tanggal 21 Februari 1957. Dengan nama Bank Central Asia pernah menjadi bagian penting dari Salim Group, sekarang bank ini dimiliki oleh salah satu group produsen rokok terbesar keempat di Indonesia, Djaram.

Produk-produk PT. BCA Cabang Madiun yang sebagian besar merupakan produk tabungan dan investasi maupun asuransi. PT. BCA Cabang Madiun juga merupakan sebuah perusahaan jasa keuangan yang sedang berkembang sehingga memerlukan langkah-langkah guna meningkatkan kepuasan nasabahnya. Oleh karena itu, penulis memilih PT BCA Cabang Madiun sebagai tempat penelitian dengan harapan mampu memberikan manfaat bagi kemajuan PT. BCA dari hasil penelitian yang dilakukan.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Central Asia Cabang Madiun”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan hasil penjelasan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada PT BCA Cabang Madiun?
2. Apakah kinerja karyawan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada PT BCA Cabang Madiun?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kinerja karyawan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah PT BCA Cabang Madiun?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT BCA Cabang Madiun.
2. Untuk mengetahui pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah pada PT BCA Cabang Madiun.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah PT BCA Cabang Madiun.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat melengkapi bahan penelitian selanjutnya dalam rangka menambah potensi akademik sehingga berguna untuk mengembangkan ilmu.

1. Aspek Akademis

Menambah wawasan dan pemahaman peneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah pada PT BCA Cabang Madiun. Sehingga penulis mengetahui tingkat kepuasan nasabah PT BCA Cabang Madiun jika dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan

2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Bagi pembaca, diharapkan dapat memberikan gambaran secara umum mengenai kualitas layanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah.

3. Aspek Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan penilaian dan informasi bagi PT. BCA Cabang Madiun dalam mengambil keputusan dan kebijakan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabahnya.
- b. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan dan kinerja karyawan.